

# “中国风”艺术在欧洲的多元再现与审美接受

马金芳 郑琳\*

中国石油大学(华东)外国语学院 山东青岛 266580

**摘要:** 不同于二元对立的西方文化, 中国传统文化关注的焦点是“和”, 这一本质也决定了中国传统艺术容易与其他艺术风格相融会。17-18 世纪“中国风”盛行于欧洲, 以器物为主、思想为隐形助力, 其在欧洲接受也经历了从简单的照搬仿造, 到东西杂糅的混合式生成, 再到自省式的创新三个嬗变阶段。尽管“中国风”在 18 世纪末走下神坛, 但就像已经吸收“天人合一”理念的“英中式园林”, 中国符号已经融入到欧洲各领域的设计中。如今中国已重新跻身世界大国之列, 如何加强文化自信, 让“中国风”再次走向世界, 是值得思考的问题。

**关键词:** “中国风”; 文化自信; 欧洲; 多元再现; 审美接受

## 1. 引言

社会的发展, 一定程度上会消解弥合固定的等级秩序, 随之而来的, 是人们的目光由向上的纵向仰视转为向周围的横向远眺。近年来, 西方高级时尚的定义者与编码者一直在广泛“收编”中国元素, 通过创造性的复制特定的中华民族符号, 达成风格化创新<sup>[1]</sup>(P.64)。然而, 西方潮流的中国渊源可以追溯到 17-18 世纪。英国计量经济史学家安格斯·麦迪森 (Angus Maddison, 1926-2010) 对这一时期的中国经济发展给予了很高的估计: 19 世纪之前, 中国比欧洲任何一个国家都强大; 中国的 GDP 比欧洲要高近 30%<sup>[2]</sup>(P.117)。这些数据从一定程度上折射出前清时期中国在整个世界经济格局中的向心力。

同期的欧洲, 随着中世纪的结束与文艺复兴数百年科技文化的醇厚积淀、以及宗教改革的涌动, 基督教信仰的扩张进入瓶颈期, 欧洲人向上的纵向仰望依然存在, 但已不再是唯一的目光, 对周围世界的横向渴望已经开始充斥他们的内心<sup>[3]</sup>(P.4)。受到经济利益的直接驱动, 欧洲殖民者不断拓展新航路; 通过海上丝绸之路远道而来的中国瓷器、漆器、家具等迅速风靡欧洲, 一时间掀起了一股“Chinoiserie” (意为“中国风”)。后期随着影响的深入, 中国的戏曲作品也被改编为欧洲歌剧, 儒家思想在一定时期也受到推崇。欧洲这片正在崛起的土地, 与中国这个既成的文明古国进行着多维度、深层次的交流。

国外学界关于“中国风”研究首推休·昂纳 (Hugh Honour, 1927-2016) 于 1961 年出版的《中国风》(Chinoiserie:

The Vision of Cathay)。该书较为中立地将“中国风”作为欧洲美术史中的一种现象来研究, 按照历史顺序阐述了“中国风”从幻象到现实再到黯淡的全过程<sup>[4]</sup>(P.1)。而斯坦福大学的杜朴 (Robert L. Thorp)、文以诚 (Richard Ellis Vinograd) 教授在二人合著的《中国艺术与文化》(Chinese Art and Culture, 2001) 中, 则对“中国风”评价不高, 认为这股风潮糅合了东亚、南亚题材, 虚幻不实、无足轻重<sup>[5]</sup>(P.64)。

国内学界主要从两个角度对“Chinoiserie”进行研究: 一是“中国风”发展过程中的某种特有表现形式的研究与深度挖掘, 如瓷器、建筑等 (布里吉特·尼古拉等, 2020<sup>[6]</sup>(P.113-126); 郭真真等, 2019<sup>[7]</sup>(P.123-128); 荣幸等, 2019<sup>[8]</sup>(P.35-43); 赵阳, 2019<sup>[9]</sup>(P.92-100) 等); 二是少量历时研究, 研究特定的时间段内, 西方视野下的中国形象的嬗变与原因分析 (范红, 2013<sup>[10]</sup>(P.141-152); 周宁, 2005<sup>[11]</sup>(P.100-108); 韩源, 2006<sup>[12]</sup>(P.101-106); 孙绍君, 2013<sup>[13]</sup>(P.1-292) 等)。国内学者对这段“中国风”多是津津乐道, 正叙述较多, 反叙述与空白叙述较少, 甚至存在夸大与美化的这段历史风潮的现象<sup>[14]</sup>(P.323)。本文将客观、全面地审视当时中国元素与中国文化, 包括器物与文化思想, 在欧洲的多元再现, 以及当时欧洲人对这些物质与非物质文化的接受过程的嬗变, 这对于以后的中外文化交流有重要的现实意义。

## 2. “中国风”在欧洲的传播内容: 多元再现

美国密歇根大学教授 David Porter 认为: “中国风”具有双重身份属性, 既可以被认为是正统的艺术, 又可以是

时尚的商品。中国的工艺美术品因其异国特质而被珍爱，但其背后是一种有着数千年历史谱系的新异性。凭借源于文化陌生感的距离效应与难以名状的差异，而不是通常的智性超越的方式，“中国风”赢得了欧洲人的认可<sup>[15]</sup>(P.30)。

### 2.1. 器物为主：不对称的单向传播

相对于抽象的思想文化的硬植入，充满异国情调的工艺美术品更易传播。这股“中国风”正是以中国外销“器物”开启的。自丝绸在西汉时传入欧洲始，欧洲就对遥远的“丝国”充满着想象性的美化，进而形成了一种美丽的幻象，这也解释了为什么其他东方国家的艺术品没有在欧洲形成风潮。德国知名东方艺术学者雷德侯（Lothar Ledderose）教授指出了一个值得注意的不对称现象：在中国文化艺术界享有较高地位且颇受文人雅士推崇的书法、绘画等，在欧洲并未广泛传播；而在中国处于次要艺术的工艺品，却成了欧洲上层贵族追捧的对象<sup>[16]</sup>(P.222)。赫德逊（G. F. Hudson）在《欧洲与中国》（Europe and China, 1931）中指出：洛可可艺术家们只摘取契合欧洲人审美的部分，而无法领会真正代表中国文化核心的艺术；他们只是迷恋于追求，或者说是自我重组了一个丝与瓷的离奇飘渺的世界<sup>[17]</sup>(P.229)。这些将中国元素拆解、再重组拼接的“中国风”器物受到中国人的鄙夷，却在欧洲畅销。

中国器物主要通过两种途径进入欧洲：一是官方馈赠，二是外销艺术品。而这些外销艺术品在欧洲的竞相传播，成了“中国风”在欧洲流行的首要推手。和欧洲人当时多用的陶器和金属器相比，中国瓷器耐热隔热、易清洁、少划痕、不易腐蚀，其通透轻薄的观感、细腻坚固的质地、敲击时清脆悦耳的声音都使得当时的欧洲人人为之着迷。另外，中国瓷器上有着充满异域风情的图案。17世纪，瓷器在中欧贸易中占了很大的份额。据统计，1602 - 1682年间，仅荷兰东印度公司从中国运出的瓷器就多达1600万件<sup>[18]</sup>(P.33)。当时的欧洲人视瓷器为珍宝，除用于餐饮，更多的中国瓷器被作为装饰和收藏品，甚至会被镶嵌黄金。当时的王室贵胄家中，以设有专门收藏中国瓷器的房间为一种奢侈和风尚，中等阶层也想方设法购买中国瓷器。中国瓷器的流行也与欧洲人饮茶、咖啡的习惯有关。对瓷器的追捧又延伸到对中国装饰品和家具的兴趣，这些来自遥远国度的精美奢侈品，既满足了人们的部分实际物质需求，也符合他们的猎奇心理与消费虚荣心。

### 2.2. 思想助力：儒家思想与启蒙运动的契合

除了通过器物进行的直接信息传播，传教士和商旅人士的见闻记录以及中国典籍的译本也是欧洲人了解中国的重要途径，尽管这些记录不可避免地掺杂了诸多主观臆想元素。政治方面，17 - 18世纪的欧洲多国正在经历社会的转型过渡，君主集权制已走向穷途末路，而来自中国的儒家思想成为欧洲思想家们，尤其是法国的启蒙思想者，与专制集权和神学教条作斗争的重要工具。

17世纪中叶，由于经济刺激与耶稣会在中国传教活动的深入，许多中国的思想典籍，包括《论语》、《大学》《中庸》等被推介到欧洲，对孔子的崇拜开始在欧洲流行起来。中国儒家哲学家成了启蒙运动的守护神<sup>[19]</sup>(P.77)。直到1776年，亚当·斯密仍认为中国是“全球最富裕、最有文化、最勤劳和人口最稠密的国家之一，比欧洲任何地区都富裕多了”<sup>[20]</sup>(P.3)。基于这种对高势能文化的向往，伏尔泰等学者与思想家对中国文化、思想制度，尤其是儒家文化，进行了正面阐释并加以利用。伏尔泰（Voltaire, 1694 - 1778）认同孔子的社会构想，其思想在诸多方面受孔子和儒家思想的影响。伏尔泰认为中国的文明程度高度发达，这种文明又是一种崇尚和平的、以“仁”为本、以德治国的文明<sup>[21]</sup>(P.45)。伏尔泰在他的《哲学词典》（The philosophical dictionary of M. de Voltaire, 1764）中表达了他对孔子的钦佩：我专心地读他的书，从中发现了最纯洁的道德<sup>[22]</sup>(P.89)。此外，孟德斯鸠（Montesquieu, 1689 - 1755）在其《论法的精神》（De L' esprit Deslois, 1748）中写道：（在中国）长者爱护幼者，官员关爱属下，皇帝呵护臣民。所有这些构成了一套礼仪系统，这些礼仪则构成了中国人的普遍精神<sup>[23]</sup>(P.367)。这些启蒙思想的巨擘们宣扬、借鉴中国思想某种程度上也是为建立一个开明又理性的社会服务，但这对欧洲的思想界还是产生了引领性的影响。

### 3. “中国风”在欧洲的本土化：审美接受

按照法国哲学家福柯（Michel Foucault, 1926-1984）的权力理论，“中国风”艺术是欧洲“自我”文化的“他者”，但这股风潮具备整合中西各种互不相容的元素的能力<sup>[24]</sup>(P.184)，这要归结于中国文化“和”的核心理念。而正是这种特征，让这股风潮在处于社会大变革的17 - 18世纪的欧洲可以调和新与旧、雅与俗之间的矛盾。“中国风”

对周围的风格采取了开放式的态度，甚至主动迎合欧洲品味，也不排斥欧洲人的模仿。这股“中国风”的典型特征就是没有边界，没有固定标准或者模式。17 - 18 世纪的欧洲，巴洛克、洛可可艺术风正当流行，而“中国风”艺术满足了当时洛可可追求繁复、华丽、精致的审美标准。“中国风”在欧洲经历了以下三个阶段的接受过程：

### 3.1. 经济利益助推的初始仿造

17 - 18 世纪的中国，对外贸易不仅不被鼓励，违反禁海令还会招致祸患，但“天朝”偶施“恩惠”，间或允许外国商船使团进行有限制的贸易。明朝隆庆（1567 - 1570）以后，海禁松弛，“广州几垄断西南海之航线，西洋海舶常泊广州<sup>[25]</sup>(P.24)”。这一时期，广州船舶云集，贸易发达。然而清朝初期，为了稳定边防，统治者采取了严苛的海禁政策，对外贸易一度停滞。时断时续的中欧贸易依然难以满足已经被点燃的欧洲客户们对中国器物的狂热需求，中国商品时常供不应求。

以瓷器为例，中国瓷器的受欢迎程度是欧洲本土的制陶业始料未及的，欧洲传统的手工艺人也想在丰厚利润中分一杯羹，于是仿造中国产品也铺展开来。这些仿造虽惟妙惟肖，但基本上是照本宣科，没有创新。以 17 世纪的荷兰小城代尔夫特（Delft）的规模性仿制为例，最初他们简单地把陶器上釉，但这样的产品笨重易碎，明显难以与中国的青花瓷抗衡。

### 3.2. 东西杂糅的混合式生成

欧洲人往往把中国元素分解成独立的单元，再进行复制、组合、再加工，也就是中西杂糅的混合式生成。他们会按照欧洲受众的审美接受，选取部分真实的中国元素，与经过他们想象加工后的中国元素混合杂糅。中国元素与符号不仅被模仿，还与欧洲的符号混搭，形成一种变异性的创新。

再以瓷器为例，17 世纪之前欧洲主要依靠直接从中国进口或转口贸易。但后期欧洲人开始提供一些富有本土特征的资料，如家族、团体、城市等的盾徽图案，也就是纹章瓷。这些瓷器外观上并不符合传统中国审美，但其原料、工艺确是完全的中国制造。另外，由于当时地理等各方面知识有限，很多欧洲人经常分不清中国、日本、印度甚至阿拉伯人，他们习惯把这些国家地区统称为“东方”。如法国洛可可风格宫廷画家布歇（Francois Boucher, 1703 -

1770）的中国主题组画中，人们的服饰装扮既不符合欧洲特征，也不符合同期清朝人的特点，甚至还杂揉了阿拉伯头巾；其他方面，作为背景的组合帐幔让人一眼就联想到圣彼得大教堂贝尼尼（Gianlorenzo Bernini, 1598 - 1680）设计的青铜华盖（The Papal Altar & Baldacchino）。诸如此类的混合式生成还出现在家居设计、建筑等各个领域，如德国留存至今的波茨坦无忧宫（Sanssouci Palace）的“中国茶楼”，这座外形酷似蒙古包的“中国茶室”，由西式的柯林斯式柱子与弹琵琶、吹洞箫的中国装扮的人物混搭而成。

在这样的混合杂糅中，欧洲人自认为已经了解中国人与中国文化，但与其说他们是在描绘中国、反映中国；不如说“中国风”是他们自己心目中一个遥远的、美丽富饶、人民安居乐堂的理想国的映射。正是这种含糊混合的身份属性体现了哈佛大学教授、后殖民理论学者霍米·巴巴（Homik Bhabha）的文化混杂的过程（hybridization），这也正是 17 - 18 世纪中西文化交流的本质<sup>[24]</sup>(P.182)。“中国风”艺术之所以畅行百余年，就是因为它不断地从中西两种文化中汲取所需，逐渐形成了涵盖装饰设计、建筑设计、戏剧文学等多维度的包容性艺术场。当然，换个角度说，这种不中不西、复杂难辨的混合与杂糅过程也给这股“中国风”带来了诸多空白评价或者负面评价。

### 3.3. 自省式的借鉴式创新

无论上述仿造还是东西杂糅，虽有成功之作，但本质上并未触及中国设计的灵魂，多数只是流于形式，或直接照抄，或堆砌中国元素符号。至于有独立思考的更高层次的仿鉴与再创造，典型案例就是受中国园林影响而诞生的英国自然风景园林了，即“英中式”或英国式园林。

17 世纪英国的坦博尔爵士（Sir William Temple, 1628 - 1699）在《论伊壁鸠鲁的花园，或论造园艺术》（Upon the Garden of Epicurus, or of Gardening, 1692）中写道：还有一种完全不规则的花园，它可能比任何其他形式的花园都要美<sup>[26]</sup>(P.35)。英国散文家艾迪生（Joseph Addison, 1672 - 1719）认为中国的园林设计理念与欧洲的掌控自然、强调规则与对称大不相同，中国园林强调人的主观审美愉悦，而实现这种愉悦没有章法可循。18 世纪，欧洲对中国经典哲学的崇尚，对浪漫与自然的理解，对中国园林艺术基本理念的领悟，表达自然之美的文学作品与绘画的创作，共同催生了英中式园林。英中式园林既有对中国的借鉴，

也有英国自己的创新,作为一种新的园林流派,它取代了以法国为代表的古典主义园林。在其作品《中国园林》(Die Gärten Chinas, 1991)一书中,鲍榭蒂写道:在中国园林中,人们不整理任何东西,但什么也没有被搞乱。人们在充分利用规律的几何形式之后,转向一种无规律可循的“杂乱无章”<sup>[27]</sup>(P.140)。英中式园林最大的特点就是,它借鉴的是中国艺术的深层理念,又结合了自身对同一问题的认知于理解,而非肤浅地拷贝或者拼凑各种真实的或者想象中的中国。正是这种借鉴式的创新,才使得英国自然风景园林比前两种“中国风”设计更胜一筹。

#### 4. 关于 17-18 世纪欧洲“中国风”的客观思考

##### 4.1. “中国风”的产生与传播有其特殊的历史背景

文化艺术的交流通常是双向的,为何在 17-18 世纪会出现以中国文化艺术单边输入欧洲为主的“中国风”呢?近年来科技与媒体的发展使得国际交流愈加便利,但为何“中国风”的广泛传播并未出现在当代,而是在传播受限的 17-18 世纪?除了猎奇心理、追逐经济利益还有没有其他原因?为何“中国风”在欧洲被广受追捧 100 余年后黯淡消沉且无法重拾昔日荣光?

这些问题都与欧洲当时的社会背景有很强的关联度。蓬勃的海外贸易使得权贵阶级更有条件奢华地生活,他们需要来自东方的香料、丝绸、瓷器等稀缺物品来彰显自己的地位与财富,体现在艺术领域,就是巴洛克以及后来的洛可可风格。巴洛克庄严堂皇,摆脱了古典主义的中规中矩,又比哥特式多了灵动与自由,欧洲的 17 世纪是巴洛克时代。巴洛克直接催生了洛可可风格,虽然二者并无明显的过渡,甚至一度是并行的。洛可可艺术强调非对称性;色彩轻松明快;大量运用曲线。而同期处于鼎盛期的清王朝,简约的明代风格被繁琐细致代替,在艺术上推崇繁缛奢华;技艺上追求精工细作,雕花、描绘、镶嵌等工艺极尽奇巧,而这与欧洲的洛可可艺术不谋而合。清朝输出的瓷器家具等工艺美术品以其蜿蜒顺畅的曲线、轻盈通透的观感、柔和娇嫩的色彩使欧洲人倍感亲切。清王朝初期精巧细致的艺术风格与以矫饰之风见长的洛可可艺术相遇后,并没有相互对立与排斥,而是相互欣赏借鉴,各取所长<sup>[28]</sup>(P.159)。

##### 4.2. “中国风”对主流艺术影响较小

纵观历史,17-18 世纪的“中国风”只是昙花一现。18 世纪末 19 世纪初,欧洲人用坚船利炮打开了中国国门,

中国的美好形象从此在欧洲人心目中幻灭;同期的欧洲也进入到新古典主义时代,洛可可的矫揉造作成了众矢之的,艺术界重新确立了古希腊古罗马庄严肃穆的秩序。“中国风”虽盛行一时,但时间较短,影响也较为浅显的,除了装饰领域的器物与少量中西杂糅的建筑小品之外,没有留下深刻的印记。从艺术史的研究来看,无论在中国还是西方,17-18 世纪的“中国风”都没有正式的一席之地,很多艺术史的教材经典专著或教材完全没有提及这段历史(《詹森艺术史》,2013<sup>[29]</sup>;《加纳德艺术通史》,2013<sup>[30]</sup>)。

从文化的两个层面考虑,“中国风”的主要印记体现在瓷器、家具等器物层面,这股“中国风”源于欧洲对这些中国外销艺术品的青睐,但也止步于此,对主流的绘画、雕塑、建筑等艺术领域影响甚微。思想层面,伏尔泰等人确实早期比较推崇孔子的思想<sup>[21]</sup>(P.45),但后期发现他们所理解的中国的“开明君主制”在法国行不通。有着“20 世纪美术领域的马可·波罗”之称的英国艺术史家,汉学家苏利文教授(Michael Sullivan, 1916-2013)在《东西方美术的交流》(The Meeting of Eastern and Western Art, 1989)一书中表示:“中国风”主要限于次要的、装饰性的艺术,对高雅艺术影响甚微<sup>[31]</sup>(P.105)。对“中国风”的批评声音主要基于两点:一是其作品不伦不类,血统不纯;二是只停留在浅层在的装饰艺术,为渗透到更为主流的其他艺术领域<sup>[32]</sup>(P.237-238)。造成这种有限影响的原因如下:

首先,“中国风”的传播路径有限且内容部分偏离事实。几个世纪之前,地理距离是客观存在的鸿沟,中欧远隔重洋,要历经海上数月甚至经年的漂泊、海盗突袭等各种不测才能抵达目的地,所以除了少数各国商人与传教士,真正到达中国的欧洲人少之又少。商人们的活动范围受到严格的限制,只能在广州指定的范围内,不允许自由活动,也不能进入中国腹地;另外,中国商品还有很大一部分是由荷兰在日本的商业机构输入欧洲的,比如,英国商人甚至要绕道波斯湾入海口的港口城市才能获得中国瓷器<sup>[32]</sup>(P.323)。进入欧洲以后,为了适应市场需求,这些来自遥远丝国的文化艺术品成功地实现了在欧洲的本土化,同时,也使得欧洲对中国社会文化的认识偏离正轨。除了外销品,另一种欧洲人了解中国的途径就是传教士和商旅人士带回国的书信、回忆录与书籍,而出于自身的目的,这些文本会一定程度上存在偏离事实的部分。大航海时代初期,为了使

欧洲人更乐于接受中国的外销品，也为了争取教会经费等各方面的进一步支持，商旅人士和耶稣会士基本上对中国都采取了夸大和美化的正叙述，部分第一手的资料被粉饰或删改。

其次，“中国风”的受众有限。其推崇者以欧洲的皇族与贵族为主，并未普及大众，随着封建统治阶级被资产阶级赶下历史舞台，这股风潮也走进了尾声。进入欧洲的中国文化艺术产品由于数量有限且价格昂贵，很难从平民中拓展受众。通过当时拍卖记录的成交价格可以窥见一斑。例如贵妇德·朱莉安娜夫人的藏品的拍卖录上有 250 件来自中国 and 日本的瓷器，1767 年拍卖所得款项为 90000 法磅<sup>[33]</sup>(P.11)，如此高价使得平民对这些艺术品望尘莫及。

### 5. 小结

不同文化相遇，大抵要经历认识、解释、借用、扬弃等几个过程。中华近代史中的中欧交流，多是欧洲强势碾压中国，但其中也曾有过一小段插曲，就是 17 - 18 世纪欧洲对中国的器物与思想的推崇。

一定的历史条件下，地理距离与文化差异是客观存在且难以改变的，这就导致了国际交流中接受上的局限性，因此，我们就不难理解，17 - 18 世纪输入欧洲的并非中华艺术品的精华，当然也不能代表中国文化的精髓，而更多的是商业利益驱动下的一种迎合。同理，这也解释了为什么当时欧洲人会把中国、日本、印度等混淆，其实，混杂与误解是文化交流的常态。不同文化的深度融合是有巨大挑战的，而比起内在的思想制度层面的交流与融合，器物尤其是装饰艺术更能拉近不同文化的距离。

如今，科技发展使得世界越来越小，接触也愈加频繁；中华民族已经不用忧虑生存或是毁灭的问题，可以用平和的心态来思考这段特殊的交流。近年来的有关“中国文化在欧洲”以及“中学西渐”的研究，也反映了学界对这一问题的新认识。这些研究有助于客观的评价中华文化在世界历史中的地位与影响，也有助于我们深度全面了解文化交流中碰撞与融合的历史规律，吸取经验教训，以指导我们未来与世界的经济文化交流。

### 参考文献：

[1] 陈雅莉. 再东方化：欧洲高级时尚对中国形象的意义生产及传播研究 (1968 - 2018)[J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2020, (10).

[2] 安格斯·麦迪森. 世界经济千年史[M]. 伍晓鹰等译. 北京: 北京大学出版社, 2003.

[3] 彭锋. 欧洲现代美学中的中国因素. 美育学刊, 2018,(1).

[4][英] 休·昂纳. 中国风：遗失在西方 800 年的中国元素[M]. 刘爱英、秦红译. 北京: 北京大学出版社, 2017.

[5] 余国秀. 叙述·观念·话语——现代性知识话语论域“中国风”的三种叙述方式. 北京社会科学, 2020,(6).

[6] 布里吉特·尼古拉, 郭丽娜. “安菲特利特号”与 18 世纪法国的“中国器物热”和“中国风”[J]. 中山大学学报(社会科学版), 2020,(6).

[7] 郭真真, 沈伟棠, 陈晶茹等. 差异的目光：17 - 18 世纪欧洲的“中国园林”形象呈现与误读[J]. 中国园林, 2019,(4).

[8] 荣幸, 庄岳, 何蓓洁. 17 - 18 世纪英文文献中的中国建筑意象[J]. 建筑师, 2019,(5).

[9] 赵阳. 十八世纪异国关注下的图像中国[J]. 湖北美术学院学报, 2019,(4).

[10] 范红. 国家形象的多维塑造与传播策略[J]. 清华大学学报: 哲学社会科学版, 2013,(2).

[11] 周宁. 西方的中国形象史：问题与领域[J]. 东南学术, 2005(1).

[12] 韩源. 全球化背景下的中国国家形象战略框架[J]. 当代世界与社会主义, 2006,(1).

[13] 孙绍君. 百年中国品牌视觉形象设计研究[D]. 苏州大学, 2013.

[14] 袁应明. 17 - 18 世纪“中国风”在欧洲的有限影响及原因分析. 《内蒙古农业大学学报: 社会科学版》, 2012,(4).

[15] David Porter. The Chinese Taste in Eighteenth-Century England[M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

[16] Thomas H. C. Lee. China and Europe: Images and Influence in Sixteenth to Eighteenth Centuries[M]. Hongkong: The Chinese University Press, 1991.

[17][英] 赫德逊. 欧洲与中国[M]. 李申、王遵仲等译上海: 中华书局, 2004.

[18] 刘明杉. 中国明清外销瓷. 中华文化画报[J]. 2010,(8).

[19] Adolf Reichwein. China and Europe: Intellectual Collection of Essays from the Bicentennial[M]. Westport:

Greenwood Press, 1978.

[20][英] 尼尔·弗格森. 文明 [M]. 曾贤明、唐颖华译. 北京: 中信出版社, 2012.

[21] 陈建伟. 从“纲纪”到“理性”——论伏尔泰《中国孤儿》中的社会政治伦理 [J]. 外国文学研究, 2017, (3).

[22] Adolf Reichwein: China and Europe: Intellectual Collection of Essays from the Bicentennial [M]. Westport: Greenwood Press, 1978.

[23][法] 孟德斯鸠. 论法的精神(上卷) [M]. 许明龙译. 商务印书馆, 2017.

[24] 张春华, 方辉. 混合式生成: “中国风”艺术的文化属性演变及现代性价值重估 [J]. 山东大学学报: 哲学社会科学版. 2019, (3).

[25] 袁宣萍. 仿造中国: 欧洲曾经的中国风. 装饰. 2010, (2).

[26] 陈志华. 中国造园艺术在欧洲的影响 [M]. 山东画报出版社, 2006.

[27] 张露. 浅谈欧洲 17-18 世纪的‘中国风’ [J]. 《苏州大学学报: 工科版》, 2002, (6).

[28] 王洪斌. 全球史视野下的中国艺术风格对 18 世纪英国艺术的影响 [J]. 中国文化研究. 2017 年春之卷.

[29][美] H.W. 詹森著, [美] 戴维斯等修订. 詹森艺术史 [M]. 艺术史组合翻译实验小组译. 北京: 后浪出版咨询(北京)有限责任公司, 世界图书出版公司, 2013.

[30] 弗雷德·克莱纳, 克里斯廷·马米亚. 加纳德艺术通史 [M]. 李建群等译. 长沙: 湖南美术出版社, 2013.

[31][英] M·苏利文. 东西方艺术的交流 [M]. 陈瑞林译. 南京: 江苏美术出版社, 1998.

[32] 袁宣萍. 十七至十八世纪欧洲的中国风设计 [M]. 北京: 文物出版社, 2006.

[33][法] 亨利·科迪埃. 18 世纪法国视野里的中国 [M]. 唐玉清译. 钱林森校. 上海: 上海出版社, 2010.

#### 作者简介:

第一作者: 马金芳 (1983-), 女, 山东淄博人, 英语语言文学硕士, 中国石油大学(华东)外国语学院讲师, 主要从事跨文化交际研究、话语分析、翻译研究。邮箱: 20060018@upc.edu.cn。

通讯作者: 郑琳 (1973-), 女, 陕西宝鸡人, 英语语言文学硕士, 中国石油大学(华东)外国语学院副教授, 主要从事跨文化交际研究、翻译研究。邮箱: zhenglin1995@163.com。

#### 基金项目:

本文为山东省社科规划项目《图像学视域下山东年画数字化国际传播策略与路径优化研究》(项目编号: 23CWYJ36), 山东艺术科学重点项目《融媒时代山东年画国际传播策略与路径优化研究》(项目编号: 23ZB0328001) 东营市社会科学规划研究(项目编号: DYSK2024 第 572 号)的阶段性研究成果。